TINDAK TUTUR DIREKTIF PADA IKLAN KOSMETIK TELEVISI BERBAHASA JEPANG

Skripsi
disajikan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
Prodi Pendidikan Bahasa Jepang

oleh
Lutfi Tarnoto
2302405014

PERPUSTAKAAN
UNNES

JURUSAN BAHASA DAN SASTRA ASING
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2010

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang panitia ujian Skripsi Jurusan Bahasa dan Sastra Asing, Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 23 Februari 2010

Panitia

Ketua

Prof. Dr. Rustono, M.Hum
NIP 195801271983031003

Sekretaris

Dra. Diah Vitri W, DEA
NIP 196508271989012001

Penguji 1

Setyani Wardaningtyas, M.Pd
NIP 197208152006042002

Penguji II/ Pembimbing II

Dra. Yuyun Rosliyah, M.Pd
NIP 196660809199303200 1

Penguji III/Pembimbing I

Dra. Rina Supriatningsih, M.Pd
NIP 196110021986012001

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Lutfi Tarnoto

NIM : 2302405014

Prodi : Pendidikan Bahasa Jepang

Jurusan : Bahasa dan Sastra Asing

Fakultas : Bahasa dan Seni

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **"Tindak Tutur Direktif dalam Iklan Kosmetik pada Televisi Berbahasa Jepang"** yang saya tulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Skipsi ini saya hasilkan setelah melalui penelitian, pembimbingan, diskusi dan pemaparan ujian. Semua kutipan, baik langsung maupun tidak langsung, baik yang diperoleh melalui sumber kepustakaan maupun sumber lainnya, telah disetai keterangan mengenai identitas sumbernya dengan cara sebagaimana yang lazim dalam penulisan karya ilmiah.

Dengan demikian, walaupun tim penguji dan pembimbing penulisan skripsi ini telah membubuhkan tanda tangan sebagai keabsahannya, seluruh isi karya ilmiah ini tetap menjadi tanggung jawaban saya sendiri. Jika kemudian hari ditemukan ketidakberesan, saya bersedia menerima akibatnya.

PERPUSTAKAAN
UNNES

Semarang, Februari 2010
Yang membuat pernyataan

Lutfi Tarnoto
NIM 2302405014

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Pelajarilah ilmu dan ajarlah manusia, dan rendahkanlah dirimu kepada guru-gurumu, serta berlaku lemah-lembut terhadap murid-muridmu (H.R. Thabrani)

Untuk :

- Ayahanda dan Ibunda
- Mas uwo, Nzah, Say dan Ayla
- Keluarga Tegal dan Jogja
- Anda yang membaca karya ini

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya dari saat dimulainya penulisan hingga selesainya penulisan skripsi yang berjudul **"Tindak Tutur Direktif dalam Iklan Kosmetik pada Televisi Berbahasa Jepang"**sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan. Terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapakan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Rustono, M.Hum, Dekan Fakultas Bahasa dan Seni yang telah memberi izin penelitian.
2. Dra. Rina Supriatnaningsih, M.Pd. selaku pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengoreksi serta memberikan masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Dra. Diah Vitri W.,DEA . selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengoreksi serta memberikan masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Lispridona Dinner, M.Pd. selaku penguji utama atas semua masukan, kritik dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Andy Moorad Oesman, M.Ed. yang telah memberikan arahan dan motivasi selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Bahasa dan Sastra Asing yang selama ini telah memberikan ilmu.
7. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu mendoakanku dalam setiap sujudnya dan juga kakak-kakakku serta keponakanku My Spirit.
8. Om-omku dan tante-tanteku terima kasih dukungan dan doanya.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

9. Sahabat-sahabatku mahasiswa Pendidikan Bahasa Jepang angkatan 2005 (Siti, Veni, Nisa, Imam, Eva , Fitri, Tri, Ichan, Nira, Rini, Falah, Yoga Bogel, Tenang Temon, Memed, Irwan, Via, Titi dan Anik). Terima kasih untuk pesahabatan yang indah.
10. Anak-anak banaran Djedlkz ”D’jadul koz” Cerry kost (Nana, Nani, Eny, Nia). Terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian. Anak-anak “Griya Kusuma” Patemon anak atas: Ikah Fatih, Naila Kamila, Lilies, Ari, Danis, Lia, Septi, dan Putri. Anak bawah : Ratih, Mba dewi, Maya, Wiji, Mb Eneng, Nunu, Arinti, Nurul, dan Hanis.
11. Sahabatku kikiki, terima kasih buat semuanya, pengorbanan, perhatiaan, kesabaran dan solusi-solusinya.
12. Mas asror terima kasih buat waktunya selalu ada saat aku membutuhkannya.
13. Teman-teman KKN Klunjuan, Poetry, Big Boz, dan Isti,
14. Sahabat kenanganku terima kasih
15. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

PERPUSTAKAAN
UNNES

Semarang, Februari 2010

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

PERNYATAAN iii

MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

PRAKATA v

SARI vii

RANGKUMAN viii

MATOME xii

DAFTAR ISI xv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Penegasan Istilah 4

1.3 Rumusan Masalah 4

1.4 Tujuan 5

1.5 Manfaat 5

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi 5

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Tindak Tutur 7

2.2 Jenis Tindak Tutur 8

2.2.1 Menurut Searle……..... 8

2.2.2 Menurut Rustono……8

2.2.3 Klafikasi Tindak Tutur dalam Bahasa Jepang 15

2.3 Fungsi Tuturan Direktif 17

2.4 Modus Tuturan 19

2.5 Iklan 19

2.5.1 Pengertian Iklan 19

2.5.2 Iklan Kosmetik..... .20

2.5.3 Jenis Iklan…….....21

1. Berdasarkan Media yang Digunakan……....21

a. Iklan Cetak……...21

b. Iklan Elektronik……....21

2. Berdasarkan Tujuan……..22

a. Iklan Komersil……..22

b. Iklan Layanan Masyarakat……...22

3. Berdasarkan Fungsi……..23

a. Fungsi Iklan untuk Menyampaikan Informasi……23

b. Fungsi Iklan untuk Mempengaruhi……..23

c. Fungsi Iklan untuk Menyampaikan Pesan Pendididkan..23

d. Fungsi Iklan sebagai Hiburan……..24

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian 25

3.2 Sumber Data Penelitian 25

3.4 Teknik Pengumpulan Data 26

3.5 Teknik Analisis 27

BAB 4 FUNGSI DAN MODUS TUTURAN DIREKTIF DALAM IKLAN KOSMETIK PADA TELEVISI BERBAHASA JEPANG

4.1 Fungsi Tuturan Direktif *Menyuruh* 28

4.1.1 Fungsi Tuturan Direktif Menyuruh Bermodus *Imperatif* 29

4.2 Fungsi Tuturan Direktif *Meminta*..... 35

4.2.1 Fungsi Tuturan Direktif Meminta Bermodus *Imperatif*... 36

4.3 Fungsi Tuturan Direktif *Menuntut*……38

4.3.1 Fungsi Tuturan Direktif Menuntut Bermodus *Deklaratif*……38

4.4 Fungsi Tuturan Direktif *Menyarankan*……41

4.4.1 Fungsi Tuturan Direktif Menyarankan Bermodus *Imperatif*...42

4.4.2 Fungsi Tuturan Direktif Menyarankan Bermodus *Deklaratif*..43

4.5 Fungsi Tuturan Direktif *Menantang*……55

4.5.1 Fungsi Tuturan Direktif Menantang Bermodus *Imperatif*…...56

4.5.2 Fungsi Tuturan Direktif Menantang Bermodus *Interogatif*….58

BAB 5 PENUTUP

5.1 Simpulan 62

5.2 Saran 63

DAFTAR PUSTAKA 64

LAMPIRAN 65

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

㈠ラ㈣！

㊛㋚㊧㊤㌔㋚㊤1月㈲ゐ2010 惑ゐ㋝㋟㈱ヨ梍槽辨ワ㊦㋣㋐㋝㈲㊟㊋忿园レニヒ㈭！！！ ㊣㈲㋟㊋㋝㈲1月軈辨賍哲ゐ迭桧ゐ㋣10月㋟㋒奸緊寓帔わ軈辨蛩賕帔阨婁奸辨婁奸桧帔絞ゐ缸倣旨廨柷幮↨ ㋡㊦㌔㋣3月㋡㋓㊤㊧㋒㈳㋐ゐ缸偶旨廨柷幮↨ ㋕㋕㋒㌔㋥㋣㋡㋐ゐ

㊥㋐㋑㋐㊥！↨ ㊣㈲㋟㊋㋝㈲1月軈衢わ淈菓軈衢わModus 軈衢わ忿园

1. 惱迭

㊦11月㋔㊧㈭㋐㈳㋟㋒レ軈衢ヰ寓吊ル懭呼㈱㈤ヤョヅ㈭ゐムラドエわ㊣㈲㋟㊋㋝㈲1月軈辨賍哲ヨッ㈭ゐSearle (Palmer 1986:13)レ㈪㈮エわ轇ペピラヨわ著ノ攫レブョムヅピラ㈱ブボ㈭ゐ㋝㋟㈱ワ忿园ヨヰわレ煩酆菪㈱辟デワレ軈衢㈱㈪バ兮デゐ㊣㈲㋟㊋㋝㈲1月軈辨賍哲ヰヅ㈯ヅ㈯ル淈菓㈱既ヤョヅ㈭ゐムラドエわ！ 煩酆菪レ確碩坨㈱兮㈱ボ㈭淈菓ヨッ㈭ゐピワ篤緯ワ竓穟ヰ 2008 惑レ梍槽辨ワ TBS ワ㋝㋟㈱ワ㊦㋣㋐㋝㈲㊟㊋忿园レニヒ㈭㊣㈲㋟㊋㋝㈲1月軈辨賍哲ワ淈菓ラ Modus 簪㈬ムヅゐ

2. 睨迭

a. ㊣㈲㋟㊋㋝㈲1月軈辨賍哲 Searle (Palmer 1986:13) レ㈪㈭ラわ轇ペピラヨわ！！著ノ攫レブボムヅピラ㈱ブボ㈭ゐ㋝㋟㈱ワ忿园ヨ煩酆菪㈱辟デワレ軈衢㈱㈪バ兮デゐRustono (2000:99) レ㈪㈭ラわ㊣㈲㋟㊋㋝㈲1月軈辨賍哲ヰ儆ワ豁呉ヰ ㊀㋒㊨㈳㊅㋝㈲1月軈辨賍哲ラ㈤ヅデゐ

b. ㊣㈲㋟㊋㋝㈲1月軈衢ワ淈菓ラ Modus

Rustono (2000:99)！ レ㈪㈪㈭ラわ㊣㈲㈜㈫㈲1月軈衢ワ淈菓ヰ轇へ攫ラ著ノ攫ワ驌ヨわ㊤11月㋐㊧㈭㋹㈳㋖㋒ペ㈭ム㈣レわ兮㈱㈮㈭ゐ3月㋟㈬10月㋸㈲㈱ワ淈菓ヰ　ムラドヱわ圃僝㈦わ冖鶫㈦わ园輐㈦わ慌遧㈦わ区擾ヨッ㈭ゐ

Chaer (2003:258)！ レ㈪㈭ラわModus ラヅデワヰ轇へョワノヽュリデ㈬レペ㈭！ ラ軈デ戽睨穟拔灩㈹賭ペゐWijana (1996:32) レ㈪㈭わModus ヰ倇ュ！！！！！ レ㈱ヒ㈫㈮㈭㈰ Modus Deklaratif, Modus Interogatif, dan Modus Imperatif.

3. 篤緯桜灸

槽篤緯ワ迤櫺桜灸ヰ酴穟軱鏝灸ヨッ㈭ゐマワ槽篤緯ワ㊣㋐㋟ヰ 2008 惑レ　梍槽辨ワ TBS ワ㈫㈜㈱柜鏺引ワ梍槽㊥㋟10月㋳㈜㋐㋻ワア㊤㊣㈲秘㋒ワ慂ィワ忿园 ヨッ㈭ゐ槽篤緯ワ㊣㋐㋟鮑ヰ㊤㋸㋑㈫㈲注㈫忿园ヨ著ノ攫レ㊣㈲㈜㈫㈲1月ワ　軈衢ワ桅㈹儖ド㈭ゐ槽篤緯ワ㊣㋐㋟㈹鮑㈣桜ヰ卿葩ワ灸ラ軱南灸ヨッ㈭ゐ㊣㋐㋟ワ㋩㋐㋥レ卿迤ワ膣檀㈹軱南ペ㈭ゐマワ㊣㋐㋟ヰ淈菓ラ Modus レ吉ヒ㈫㈮㈭ゐ！ ㊣㋐㋟㈹吉燊ペ㈭桜灸ヰ Teknik Unsur Pilar Penentu (PUP)ヨ㊣㋐㋟ワ篤緯㈹！！ 閒ヲ㈭鑱卬ヨッ㈭ゐ

4. ㊣㋐㋟ワ吉燊

㊣㋐㋟ワ吉燊へム膣檀レ㈤ラヅユョわ2008 惑レ梍槽辨ワ TBS ワ㈫㈜㈱柜鏺引レ㊣㈲㈜㈫㈲1月軈衢ヰ 17 ㊣㋐㋟蹤ュヒ㈫㈮㈭ゐマワ吉燊へム

膣檀ヰ！！！！！ Modus Imperatif ㈱既ュわ圃僝ワ㊣㊥㊤㊦㊥㊥1月淵菓ヰ奘ュヨッ㈱ゐModus Imperatif ㈱既ュわ冖鷆ワ㊣㊥㊤㊦㊥㊥1月淵菓ヰ侊ュヨッ㈱ゐModus Deklraratif ㈱！！既ュわ园輐ワ㊣㊥㊤㊦㊥㊥1月淵菓ヰ侊ュヨッ㈱ゐModus Imperatif ㈱既ュわ慌遧ワ！！㊣㊥㊤㊦㊥㊥1月淵菓ヰ侊ュヨッ㈱ゐModus Deklraratif ㈱既ュわ慌遧ワ㊣㊥㊤㊦㊥㊥1月淵菓ヰ倀ュヨッ㈱ゐModus Imperatif ㈱既ュわ区擾ワ！㊣㊥㊤㊦㊥㊥1月淵菓ヰ！侊ュヨッ㈱ゐModus Interogatif ㈱既ュわ区擾ワ ㊣㊥㊤㊦㊥㊥1月淵菓ヰ偶ュヨッ㈱ゐ

5. ㈠ラ㈣

吉樂ワ膣檀レ㈤ラヅユョわ膣迭僞倦ワネド㈫㈮ムゐ

a. 2008 惑レ梍槽辨ワ TBS ワ㊥㊤㊧桓鏺引レニヒ㈱㊦㊨㊦㊥㊥㊨㊥㊤忿园ワ！！！！ ㊣㊥㊤㊦㊥㊥1月ワ 淵菓ヰ圃僝㈦わ冖鷆㈦わ园輐㈦わ慌遧㈦わ区擾ヨッ㈱ゐ

b. 2008 惑レ梍槽辨ワ TBS ワ㊥㊤㊧桓鏺引レニヒ㈱㊦㊨㊦㊥㊥㊨㊥㊤忿园ワ！！！！ ㊣㊥㊤㊦㊥㊥1月ワ Modus ヰ Deklarartif ㈦わInterogatif ㈦わImperatif ヨッ㈱ゐ

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan alat komunikasi dalam masyarakat. Dengan bahasa manusia dapat berkomunikasi untuk saling bertukar pengalaman dan saling mengenal satu sama lain. Sebagai alat komunikasi bahasa mampu menimbulkan adanya rasa saling mengerti antara penutur dan mitra tutur, atau antara penulis dan pembaca. Bahasa dalam proses komunikasi dan berinteraksi mutlak diperlukan oleh setiap manusia, bahkan selalu digunakan oleh manusia dalam segala kegiatannya.

Komunikasi merupakan suatu proses ekspresi seseorang untuk menyampaikan maksud dan tujuannya. Suatu proses komunikasi akan berjalan dengan sempurna dan lancar apabila pihak lain dapat mengerti dan memahami serta dapat menerima ekspresi dari mitra tuturnya. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan maupun tertulis. Menurut effendi (1986:5) komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. Komunikasi lisan merupakan komunikasi yang terjadi secara langsung dan tidak dibatasi oleh jarak, dimana dua belah pihak dapat bertatap muka, sedangkan komunikasi tertulis merupakan komunikasi yang dilaksanakan dalam bentuk tertulis dan dipergunakan untuk menyampaikan berita yang sifatnya jelas. Didalam suatu

komunikasi biasanya terdapat pembicara, pesan yang akan disampaikan, dan penerima pesan sehingga komunikasi bisa berjalan lancar.

Dengan komunikasi, manusia dapat melakukan tindak tutur untuk mengekspresikan sesuatu yang mengendap dalam dirinya. Tindak tutur tersebut dimaksudkan agar mendapat tanggapan yang berupa tuturan maupun perbuatan dari mitra tuturnya. Tuturan dapat diekspresikan melalui media lisan maupun tulis. Dalam media lisan, pihak yang melakukan tindak tutur adalah penutur dan mitra tuturnya. Dalam media tulis, tuturan disampaikan oleh penulis kepada mitra tuturnya, yaitu pembaca. Penutur dapat merealisasikan tuturan lisan maupun tertulis dengan memanfaatkan media massa. Media massa yang dapat dimanfaatkan untuk tuturan lisan adalah media massa elektronik, seperti radio dan televisi dan media massa cetak,seperti majalah, surat kabar, dan tabloid.

Dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan lingkungan masyarakat, kita tidak akan pernah lepas dari penggunaan tindak tutur. Tindak tutur dalam bahasa Jepang disebut *gengokoudou*. Tindak tutur merupakan bagian yang penting dalam komunikasi. Salah satu jenis tindak tutur adalah tindak tutur direktif, yaitu penutur melakukakan tindak tutur agar mitra tutur melakukan tindakan yang dimaksud. (Searle 1969 dalam Palmer 1986:13)

Tindak tutur dapat ditemukan dalam peristiwa komunikasi seperti pada berita, iklan, percakapan sehari-hari dan sebagainya. Dalam peristiwa komunikasi, seperti pada iklan media cetak, iklan dapat memberikan informasi

mengenai suatu produk melalui tulisan sedangkan, pada media televisi, iklan dapat divisualisasikan dengan gambar bergerak, suara dan musik dalam menawarkan suatu produk. Pada iklan media cetak sering memanfaatkan tulisan untuk mempersuasif konsumen, sedangkan pada iklan televisi sering memanfaatkan tuturan untuk mempersuasif konsumen.

Dalam tuturan iklan televisi, terdapat fungsi tuturan yang pemakaiaannya untuk berkomunikasi antar penutur. Salah fungsi tuturan tersebut yaitu membujuk pemirsa, agar membeli produknya. Pada iklan televisi, misalnya iklan kosmetik. Penggunaan tindak tutur dalam iklan kosmetik harus disesuaikan dengan isi pesan yang akan disampaikan.

Televisi merupakan media audiovisual yang sifatnya berbeda dengan media lain. Media cetak mempunyai kekuatan pada sisi visualnya, media audio (radio) mempunyai kekuatan pada sisi suara, dan media audiovisual (televisi) memilik kekuatan keduanya, yakni suara dan gambar. Dengan demikian, media televisi memiliki kekuatan informatif persuasif yang lebih di bandingkan dengan media lainnya, karena media televisi dapat menyatukan antara fungsi audio, visual, dan warna gambar.

Kajian penelitian ini difokuskan pada tindak tutur dalam iklan kosmetik yang terdapat dalam media televisi berbahasa Jepang. Pemilihan iklan kosmetik dilakukan dengan alasan kosmetik adalah salah satu kebutuhan wanita maupun pria yang sangat penting. Didalam iklan kosmetik terdapat tuturan bahasa yang beragam dalam menyampaikan pesan kepada konsumen

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

agar tertarik pada produk yang ditawarkan, khususnya tindak tutur direktif yang dilihat dari segi fungsi dan modusnya.

1.2 Penegasan Istilah

Penegasan istilah dalam skripsi ini bertujuan untuk menghindari salah tafsir dan membatasi ruang lingkup permasalahan agar diperoleh kesamaan arti antara pembaca dan penulis.

Tindak tutur direktif adalah penutur melakukakan tindak tutur agar mitra tutur melakukan tindakan yang dimaksud. (Searle 1969 dalam Palmer 1986:13)

Iklan televisi adalah berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan melalui media televisi. (KBBI 2002:421)

Jadi tindak tutur direktif yang dimaksud dalam skripsi ini yaitu tindak tutur yang terdapat pada iklan kosmetik televisi berbahasa Jepang.

PERPUSTAKAAN
UNNES

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka permasalahan yang dapat diambil penulis adalah :

1. Fungsi tuturan direktif apa sajakah yang terdapat dalam iklan kosmetik di televisi berbahasa Jepang ?

2. Modus tuturan direktif apa sajakah yang terdapat dalam iklan kosmetik di televisi berbahasa Jepang ?

1.4 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui fungsi tuturan direktif yang terdapat dalam iklan kosmetik di televisi berbahasa Jepang.
2. Untuk mengetahui modus tuturan direktif yang terdapat dalam iklan kosmetik di televisi berbahasa Jepang.

1.5 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat menambah wawasan pengetahuan dan memahami tentang fungsi dan modus tuturan direktif dalam iklan kosmetik yang terdapat pada televisi berbahasa Jepang.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara garis besar skripsi ini terbagi atas tiga bagian, yaitu awal skripsi, inti skripsi dan akhir skripsi.

Bagian awal skripsi ini berisi halaman judul, lembar pengesahan, motto dan persembahan, kata pengantar, sari dan daftar isi.

Bagian inti skripsi dibagi atas lima bab :

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

Bab I Pendahuluan. Bab ini memberikan gambaran secara umum tentang skripsi ini yang terdiri atas latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori. Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai pedoman dalam skripsi ini yaitu meliputi: tindak tutur, jenis tindak tutur, tuturan direktif, fungsi tuturan direktif, modus tuturan direktif, dan iklan.

Bab III Metode penelitian. Bab ini mencakup: pendekatan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV Analisis Data. Bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan, yang berisi: analisis bentuk fungsi dan modus tuturan direktif yang terdapat pada iklan kosmetik berbahasa Jepang.

Bab V Penutup. Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi simpulan penelitian dan saran.

PERPUSTAKAAN UNNES

Daftar pustaka dan lampiran yang berhubungan dengan skripsi ini yang disajikan pada bagian akhir skripsi ini.

BAB 2
LANDASAN TEORI

2.1 Tindak Tutur

Setiap manusia melakukan komunikasi untuk mendapatkan maupun menyampaikan informasi. Komunikasi dapat berupa pikiran, gagasan, maksud, perasaan maupun emosi secara langsung. Berkomunikasi juga memungkinkkan untuk menanggapi, menyusun dan mengungkapkan segala sesuatu yang ada disekitarnya sebagai bahan komunikasi. Dalam proses komunikasi juga terjadi tindak tutur.

Menurut Rustono 1999:32 (dalam Austin 1962) tindak tutur adalah kegiatan melakukan tindakan mengujarkan tuturan dengan maksud tertentu. Mengujarkan sebuah tuturan tertentu dapat dipandang sebagai melakukan tindakan (mempengaruhi,menyuruh) disamping memang mengucapkan atau mengujarkan tuturan itu. Sedangakan Di dalam bahasa Jepang tindak tutur disebut *gengokoudo*↖ 軈辨賍哲). 軈辨賍哲ヰ廓偬穟儖鑲賍哲ヨッ㈱ゐ

Tindak tutur (*gengokoudo*) adalah komunikasi antara manusia dengan manusia (Mayashi 1990:147).

2.2 Jenis Tindak Tutur

2.2.1 Menurut Austin

Menurut Austin (dalam Rustono 1993:33-41) membagi tindak tutur menjadi dua katagori:

1. Tindak Tutur Konstatif dan Performatif

   a. Tindak Tutur Konstantif

      Tuturan konstatif adalah tuturan yang yang menyatakan sesuatu yang kebenarannya dapat diuji benar atau salah dengan menggunakan pengetahuan dunia (Rustono 1999:33).

      Contoh :

      - Semarang ibu kota Jawa Tengah

      Tuturan diatas apakah benar bahwa Semarang ibu kota Jawa Tengah dapat ditolak atau diterima berdasarkan pengetahuan yang dimiliki.. Jika diterima hal itu tuturan itu benar, demikian sebaliknya.

   b. Tindak Tutur Performatif

      Tuturan performatif adalah tuturan yang merupakan tindakan melakukan sesuatu dengan membuat tuturan itu (Rustono 1999:33).

      Contoh :

      - Saya berjanji akan melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya

      Tuturan diatas tidak dapat dikatakan sebagai tuturan yang salah atau benar, karena apa yang diucapkan penutur tidak mengandung suatu keyakinan apakah tindakan yang dijanjikan akan ditepati.

2. Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, Perlokusi

   Secara pragmatis maka setidak-tidaknya ada tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh seorang penutur, yakni:

a. Tindak Tutur Lokusi

Tindak tutur lokusi adalah tindak mengucapkan sesuatu dengan kata dan makna kalimat sesuai makna kata itu dalam kamus dan makna kalimat menurut kaidah sintaksisnya (Rustono 1999:35).

Contoh :

- Udara panas

Tuturan diatas mengacu kepada kalimat *udara* 'hawa' dan *panas* 'hangat sekali' , lawan dingin tanpa dimaksudkan untuk meminta kipas angin dinyalakan atau jendela dibuka, hal ini merupakan tuturan lokusi.

b. Tindak Tutur Ilokusi

Tindak tutur ilokusi adalah tidak tutur yang mengandung maksud dan fungsi atau daya tuturan, yaitu berusaha untuk mempengaruhi lawan tutur dengan melakukan sesuatu atas tuturannya (Rustono 1999:36).

Contoh :

- Saya kedinginan

Tuturan 'Saya kedinginan' yang dimaksudkan untuk meminta agar jendela atau pintu ditutup atau menyalakan peng hangat, hal ini merupakan tuturan ilokusi.

c. Tindak Tutur Perlokusi

Tindak Tutur Perlokusi adalah tindak tutur yang memiliki daya pengaruh atau efek bagi lawan tuturnya (Rustono 1999:36). Contoh

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG PERPUSTAKAAN UNNES

verb perlokusi dalam bahasa Indonesia yaitu membujuk, menipu, mendorong, membuat jengkel, melegakan, mempermalukan, menakut-nakuti, menyenangkan, menarik perhatian, menghibur, menenangkan, mengeluh.

Contoh :

- Bangunan itu berbahaya

Tuturan diatas dimaksudkan untuk memperingatkan orang agar tidak masuk ke dalam bangunan tersebut karena bias jadi bangunan tersebut telah lapuk, hal ini merupakan tuturan perlokusi.

2.2.2 Menurut Searle

Menurut Searle (dalam palmer 1986:13) membagi tindak tutur menjadi lima katagori:

1. Asertif, yaitu tuturan yang mengikat penuturnya akan kebenaran atas apa yang diujarkan.
2. Direktif, yaitu tindak tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan di dalam tuturan itu.
3. Komisif, yaitu tindak tutur yang mengikat penuturnya untuk melaksanakan apa yang disebutkan di dalam tuturannya.
4. Deklarasi, yaitu tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya untuk menciptakan hal (status, keadaan, dsb) yang baru.
5. Ekspresif, yaitu tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar ujarannya diartikan sebagai evaluasi tentang hal yang disebutkan didalam tuturan itu.

Menurut Searle (dalam Rustono 1999: 37) membagi tindak tutur menjadi lima katagori:

a. Tindak Tutur Representatif

Tindak Tutur Representatif adalah tindak tutur yang mengikat penuturnya akan kebenaran atas apa yang diujarkannya (Rustono 1999:38). Termasuk kedalam jenis tindak tutur ini adalah tuturan-tuturan menyatakan, *menuntut, mengakui, meleporkan, menunjukan, menyebutkan, memberikan kesaksian, berspekulasi dan sebagainya.*

Contoh :

- Di desa inilah pahlawan itu dilahirkan

Tuturan diatas termasuk tindak tutur representatif karena mengikat penuturnya akan kebenaran isi tuturan itu. Kebenaran isi tuturan itu dapat diperoleh dari kenyataan bahwa memang di desa inilah pahlawan itu dilahirkan.

b. Tindak Tutur Direktif

Tindak Tutur Direktif disebut juga tindak tutur impisiotif adalah tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan di dalam tuturan itu (Rustono 1999 : 38). Yang termasuk dalam tuturan ini adalah *meminta, menyuruh, menyarankan, menuntut dan menantang*.

Contoh :

- Tolong ambilkan rokok

Tuturan diatas termasuk tindak tutur direktif karena memang tutur itu dimaksudkan penuturnya agar mitra tutur melakukan tindakan mengambil rokok baginya. Indikator bahwa tuturan itu direktif adalah adanya suatu tindakan yang harus dilakukan oleh mitra tutur setelah mendengarkan tuturan itu.

c. Tindak Tutur Ekspresif

Tindak Tutur Ekspresif disebutkan oleh Fraser dengan istilah evaluatif. Tindak Tutur Ekspresif adalah tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya agar ujarannya diartikan sebagai evaluasi tentang hal yang disebutkan di dalam tuturan itu (Rustono 1999:39). Contoh tuturan *memuji, mengucapkan terima kasih, mengkritik, mengeluh, menyalahkan, mengucapkan selamat, dan menyanjung* termasuk dalam jenis tindak tutur ini.

Contoh :

- Terima kasih atas kebaikan Bapak

Tuturan di atas termasuk tindak tutur ekspresif karena berupa tuturan dengan maksud menguapkan terima kasih.

d. Tindak Tutur Komisif

Tindak Tutur Komisif adalah tindak tutur yang mengikat penututrnya untuk melaksanakan apa yang disebutkan di dalam tuturannya (Rustono 1999:39). Contoh tuturan *berjanji, bersumpah,*

mengancam, menyatakan kesanggupan, dan menawarkan termasuk dalam jenis tindak tutur ini.

Contoh :

- Besok saya akan dating ke rumah Bapak

Tuturan di atas termasuk tindak tutur komisif karena berupa tuturan dengan maksud mengucapkan janji.

e. Tindak Tutur Deklarasi

Tindak Tutur Deklarasi adalah tindak tutur yang dimaksudkan penuturnya untuk menciptakan hal (status, keadaan, dan sebagainya) yang baru (Rustono 1999:40). Tuturan-tuturan dengan maksud *mengesahkan, memutuskan, membatalkan, melarang, mengizinkan, mengabulkan, mengangkat, menggolongkan, mengampuni, memaafkan,* termasuk kedalam tindak tutur deklarasi.

Contoh :

- Saya mengizikan kamu kuliah di Jepang

Tuturan di atas termasuk tindak tutur deklarasi karena berupa tuturan dengan maksud mengizinkan.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

2.2.3 Menurut Wijana

Menurut Wijana (1996:31) membagi tindak tutur menjadi dua katagori:

a. Tindak Tutur Langsung

Tindak tutur langsung adalah tindak tutur yang diucapkan penutur kepada mitra tutur tentang sesuatu informasi secara langsung dengan

kalimat perintah untuk menyuruh, mengajak, dan memohon (wijana 1996:31).

Contoh :

- " Buka pintu !"

Tuturan di atas termasuk tindak tutur langsung karena secara langsung mengungkapkan maksud kepada mitra tutur dengan ditandai adanya kalimat perintah untuk menutup.

b. Tindak Tutur Tidak Langsung

Tindak tutur tidak langsung adalah tindak tutur yang secara tidak langsung disampaikan penutur kepada mitra tutur tentang sesuatu hal. Wijana (1996:30) mengatakan bahwa disamping untuk kesopanan, perintah dapat diutarakan dengan kalimat berita atau kalimat Tanya agar orang yang diperintah tidak merasa dirinya diperintah.

Contoh :

- Sebentar lagi pukul 12 malam

Tuturan di atas termasuk tindak tutur tidak langsung karena menyatakan sesuatu dengan perantara lain kepada mitra tutur segera tidur karena sudah malam menjelang pukul 12.

2.2.4 Klasifikasi Tindak Tutur dalam Bahasa Jepang

Menurut para ahli jepang dilihat dari titik tinjauannya, tindak tutur diklasifikasikan menjadi empat berdasarkan tuturannya yaitu :

1. 竝攫㈜藟吉ワ惓槧ペ㈭㈪デレ賍哲ブボ㈪デペ㈭㈤ワ↖ 圃僝ᵐ唎辟ᵐ幢儖ᵐ鰜溿ルリ↗

   Tindak tutur yang menyatakan supaya mitra tutur melakukan apa yang penutur inginkan. Yang termasuk tindakan tersebut yaitu tindakan dalam bentuk perintah (圃僝), ajakan (唎辟), propaganda (幢儖), larangan (吵溿).

2. 竝攫ワ戽レ喙打㈜倍ド㈪デラペ㈭㈤ワ↖ 紅ヅᵐ㈱ヴᵐ倔錙ルリ癥莇ワッヅブュレヶバ㈠㈮㈭㈤ワ↗

   Tindak tutur yang menyatakan respon terhadap perasaan mitra tutur. yang termasuk tindakan tersebut yaitu tindakan dalam bentuk ucapan terima kasih (紅ヅ), permintaan maaf (㈱ヴ), rayuan (倔錙), salam/ucapan (ッヅブュ).

3. 竝攫レ簪穟ル喙打㈜醽ピブボ㈭㈤ワ↖ 鐚簪ᵐ嫻园ᵐ辺梵ᵐ桐㈬ルリ↗

   Tindak tutur yang menyatakan keharusan mitra tutur merespon secara intelektual. Yang termasuk tindakan tersebut yaitu tindakan dalam bentuk pengumuman (鐚簪), laporan (嫻园), ceramah (辺梵), penolakan (桐㈬).

4. 藟吉ワ卵戽ワ㈤㈦㈤㈦ワ躯煩ワム㈣レ賍㈱㈮㈭㈤ワ↖ パモᵐワ㈯ヒルリ↗

   Tindak tutur yang menyatakan keinginan dan ketidakinginan yang ada didalam hati. Yang termasuk tindakan tersebut yaitu tindakan dalam bentuk keluhan (パモ) dan romantis (ワ㈯ヒ). (Hayashi 1990:147)

Tindak tutur juga diklasifikasi berdasarkan cara penyampaiannya, dibedakan menjadi tiga yaitu :

1. 幟酴穟↖ 卵幼槽儺ワ↗ 儖鑲

   Tindak tutur yang disampaikan secara praktis.

2. 勷糘穟糙傘穟儖鑲

   Tindak tutur yang disampaikan secara formal.

3. 幟穟ㄇ摃励穟儖鑲

   Tindak tutur yang disampaikan secara apresiasi.(Hayashi 1990:147)

2.3 Fungsi Tuturan Direktif

Fungsi tuturan direktif adalah fungsi yang diacu oleh maksud tuturan didalam pemakaiannya untuk berkomunikasi antar penutur. Menurut Rustono (2000:99) fungsi direktif merupakan fungsi yang diacu oleh maksud tuturan di dalam pemakaiannya agar mitra tuturnya melakukan tindakan seperti yang disebutkan didalam tuturanya. Dengan fungsi pragmatis ini, penutur meminta mitra tuturnya melakukan perbuatan seperti yang dituturkan dalam tuturannya. Tiap-tiap fungsi pragmatis mencakup sejumlah subfungsi pragmatis. Subfungsi pragmatis ini meliputi : menyuruh, meminta, menuntut, menyarankan, dan menantang.

Berikut ini adalah tabel indikator yang membedakan fungsi dari setiap tuturan direktif

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

Fungsi tuturan direktif	Penjelasan
Fungsi menyuruh	Tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi suruhan.
Fungsi meminta	Tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi permintaan.
Fungsi menuntut	Tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi tuntutan.
Fungsi menyarankan	Tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi saran atau anjuran.
Fungsi menantang	Tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi tantangan.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

2.4 Modus Tuturan

Modus adalah pengungkapan atau penggambaran suasana psikologis perbuatan menurut tafsiran si pembicara atau sikap si pembicara tentang apa yang diucapkannya (Chaer 2003:258). Tuturan merupakan kalimat yang diujarkan. secara formal, berdasarkan modusnya, Wijana (1996:32) membedakan tuturan menjadi tiga yakni, tuturan bermodus deklaratif, modus interogatif, dan modus imperatif.

Modus deklaratif digunakan untuk memberitakan sesuatu (informasi) secara konvensional. Modus interogatif digunakan untuk menanyakan sesuatu, dan modus imperatif digunakan untuk menyatakan perintah, ajakan, permintaan atau permohonan.

2.5. Iklan

Ada beberapa pengertian iklan yang dikemukakan beberapa ahli. Pengertian iklan lebih lanjut dibahas pada bagian dibawah ini.

2.5.1 Pengertian iklan

Iklan adalah berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan (KBBI 2002:421). Iklan merupakan unsur yang penting dalam meningkatkan penjualan suatu produk. Melalui iklan, produk dikomunikasikan kepada khalayak Pendapat lain mengemukakan bahwa iklan merupakan bentuk kegiatan komunikasi non personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersif at membujuk

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

(persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non-komersial, maupun pribadi yang berkepentingan. (Dunn & Barban 1978 dalam Widyatama 2007:15).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa iklan adalah suatu proses komunikasi yang berisi pesan-pesan penawaran produk barang atau jasa yang disampaikan oleh produsen melalui media tertentu untuk mempersuasif pemirsa agar membeli produk yang ditawarkan.

2.5.2 Iklan Kosmetik

Istilah kosmetik berasal dari kata Yunani yakni "kosmetikos" yang berarti "keahlian dalam menghias". Berdasarkan asal katanya sesuai dengan yang telah diputuskan oleh Menteri Kesehatan Republik Indonesia dalam Rostamailis (1997:8) yakni; Kosmetik adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokan, dilekatkan, dituangkan, dipercikkan atau disemprotkan pada, dimasukkan dalam, dipergunakan pada bahan atau bagian badan manusia dengan maksud membersihkan, memelihara, menambah daya tarik, atau mengubah rupa dan tidak termasuk golongan obat.

Dari defisi pengertian iklan dan kosmetik diatas dapat disimpulkan bahwa iklan kosmetik adalah suatu proses komunikasi yang berisi pesan-pesan penawaran produk kosmetik yang dapat menambah daya tarik atau mengubah rupa seseorang yang disampaikan oleh produsen melalui media tertentu untuk mempersuasif pemirsa agar membeli produk yang ditawarkan.

2.5.3 Jenis Iklan

Ada beberapa pandangan berkaitan dengan fungsi-fungsi iklan, antara lain. Widyatama (2005:133) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Periklanan. Adapun pembagian jenis-jenis iklan tersebut dapat dituliskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Media yang Digunakan

   a. Iklan Cetak

      Yaitu iklan yang dibuat dan dipasang dengan menggunakan teknik cetak, baik cetak dengan teknologi sederhana maupun teknologi tinggi. Beberapa bentuk iklan cetak yaitu: iklan surat kabar; iklan cetak majalah; tabloid; iklan cetak baliho; stiker; balon udara; bus panel; dan berbagai iklan cetak lainnya.

   b. Iklan Elektronik

      Secara umum iklan elektronik dibagi dalam dua jenis, yaitu:

      1. Iklan Radio

         Iklan radio memiliki karakteristik yang khas, yaitu hanya didengar melalui radio (suara) saja. Suara dalam iklan radio yang dimaksud dapat merupakan salah satu atau perpaduan dari kata-kata (voice), musik dan sound effect.

      2. Iklan Televisi

         Televisi merupakan media audiovisual. Sesuai karakternya, iklan televisi mengandung unsur suara, gambar dan gerak. Oleh

karena itu, pesan yang disampaikan melalui media ini sangat menarik perhatian.

2. Berdasarkan Tujuan

a. Iklan komersial

Iklan komesial sering disebut pula dengan iklan bisnis. Sebagaimana namanya, iklan komersial atau iklan bisnis bertujuan mendapat keuntungan ekonomi, utamanya peningkatan penjualan.

b. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukan mendapat keuntungan ekonomi melainkan keuntungan social.

3. Berdasarkan fungsinya

a. Fungsi iklan untuk menyampaikan informasi

Iklan informasi adalah iklan yang menitik beratkan isinya sebagai sebuah informasi dibandingkan fungsi – fungsi yang lain.

b. Fungsi iklan untuk mempengaruhi

Iklan persuasi adalah iklan yang dalam isi pesannya menitik beratkan pada upaya mempengaruhi khalayak untuk melakukan sesuatu sebagaimana dikehendaki oleh komunikator. Maka bahasa yang digunakan dalam pesen ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga mampu membujuk khalayak.

c. Fungsi iklan untuk menyampaikan pesan pendidikan

Iklan mendidik adalah iklan yang dalam isi pesannya menitik beratkan pada tujuan mendidik khalayak, agar khalayak mengerti atau mempunyai pengetahuan tertentu dan mampu melakukan sesuatu.

d . Fungsi iklan sebagai hiburan

Iklan hiburan adalah iklan yang dibuat untuk keperluan hiburan semata, jadi tujuan pesan iklan ini adalah menitik beratkan pada kemampuannya untuk menghibur semata.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Alasan penggunaan metode deskritif kualitatif adalah data yang digunakan dalam penelitian ini tidak berupa angka-angka tetapi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati, sehingga perhitungan secara statistikpun tidak dilakukan dalam penelitian ini. Kata-kata tertulis yang diungkapkan secara lisan yang menjadi data dalam penulisan skripsi ini terealisasi dalam iklan kosmetik pada media televisi TBS tahun 2008 berbahasa Jepang.

3.2Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan dalam drama seri yang berjudul *Edison no haha* yang disiarkan pada tahun 2008 oleh stasiun televisi TBS di Jepang. Jumlah keseluruhan iklan ada 82, dan iklan kosmetik berbahasa Jepang ditemukan 17 data.

Data dalam penelitian ini adalah kalimat yang mengandung tuturan direktif yang disampaikan kepada mitra tutur melalui iklan kosmetik. Jadi yang menjadi objek penelitian ini adalah kalimat yang mengandung tuturan direktif pada iklan kosmetik televisi berbahasa Jepang.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik simak, dan teknik catat. Teknik simak adalah teknik yang bekerja dengan cara menyimak (Sudaryanto1993:41). Dalam hal ini menyimak tentang tindak tutur direktif yang terdapat pada iklan televisi (kosmetik) berbahasa Jepang. Teknik catat adalah mencatat data yang telah diperoleh dalam dalam kartu data (Sudaryanto 1993:41). Data yang dicatat yaitu data kata-kata yang didapat dari iklan kosmetik yang terdapat pada televisi berbahasa Jepang,kemudian dicatat dalam kartu data.

Setelah data ditemukan, kemudian data tersebut didokumentasikan kedalam sebuah kartu data.

Contoh kartu data :

<table>
<tr><td>No: 2</td><td>CD: 1</td><td rowspan="2">Fungsi</td><td rowspan="2">Modus</td></tr>
<tr><td>Iklan shampoo
(Tsubaki)</td><td>Arti</td></tr>
<tr><td>桓隰嘘わ㊟㊫㊥㈱㊝
ネヅム㈱メヌ㈡㈱デ
ュバへへ㈠ぺゐ</td><td>Formulabaru, Tsubaki yang mengandung amino membuat rambut rusak menjadi indah</td><td>Menyarankan</td><td>Deklaratif</td></tr>
<tr><td colspan="4">Analisis: Tuturan diatas terdapat fungsi menyarankan agar memakai Tsubaki Shampoo dan menginformasikan ada komposisi baru dari Tsubaki Shampoo.</td></tr>
</table>

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik Unsur Pilar Penentu (PUP) yang merupakan alat untuk memilih data yang akan diteliti (Sudaryanto 1993:21), kemudian menentukan unsur-unsur yang akan dianalisis yaitu unsur kalimat yang mengandung tindak tutur direktif , setelah ditentukan unsur penentunya dilanjutkan dengan menganalisis data tersebut.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis data dalam penelitian ini yaitu :

1. Menyimak dan mencatat setiap tuturan direktif yang terdapat pada iklan kosmetik televisi dari CD.
2. Mengklasifikasi fungsi tuturan direktif .
3. Mengklasifikasi modus tuturan direktif .
4. Menyimpulkan hasil analisis.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

BAB 4

FUNGSI DAN MODUS TUTURAN DIREKTIF DALAM IKLAN KOSMETIK PADA TELEVISI BERBAHASA JEPANG

Pada bab ini dipaparkan hasil penelitian yaitu fungsi dan modus tuturan direktif yang terdapat dalam iklan kosmetik pada televisi berbahasa Jepang tahun 2008. Berdasarkan hasil penelitian fungsi dan modus tuturan direktif dalam iklan kosmetik ini ditemukan fungsi direktif menyuruh bermodus imperatif sebanyak 4 data, fungsi direktif meminta bermodus imperatif 1 data, fungsi direktif menuntut bermodus deklaratif 1 data, fungsi direktif menyarankan bermodus imperatif 1 data, fungsi direktif menyarankan bermodus deklaratif 7 data, fungsi direktif menantang bermodus imperatif 1 data, fungsi direktif menantang bermodus interogatif 2 data.

4.1 Fungsi Tuturan Direktif *Menyuruh*

Tuturan direktif menyuruh adalah tindak tutur yang dilakukan oleh penuturnya dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi suruhan. Tuturan ini merupakan tuturan yang digunakan untuk memerintah seseorang untuk melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan tersebut. Dalam penelitian ini ditemukan lima tidak tutur direktif menyuruh, dari lima tindak tutur direktif menyuruh terbagi atas dua modus tuturan yaitu, empat tindak tutur direktif bermodus imperatif, dan

PERPUSTAKAAN UNNES

satu tindak tutur bermodus deklaratif. Berikut akan dijelaskan tindak tutur direktif menyuruh bermodus imperatif dan deklaratif.

4.1.1 Fungsi Tuturan Direktif Menyuruh Bermodus *Imperatif*

Tuturan direktif menyuruh bermodus imperatif adalah jenis tuturan direktif menyuruh dengan modus yang secara konvensional digunakan untuk menyuruh. Tuturan direktif menyuruh bermodus imperatif terlihat pada iklan berikut ini:

a. Teks Iklan Tertulis

- 倣確㈤ワ蔓ゴ
- ッヶ㈮㈭㈻㉃ネ罵ドヨペ
- α – ㉃9月隤 B6
- ㉤㉃㈫㈳㈠㈯！ ㈳㈶6月㉃㉤㈯

b. Tuturan Iklan

1. ヌネ㈡ワルヌヨ！ ムへヌ㈣ョバメブヅゐ

   ッヶ㈮㈭㈻㉃ネ罵ドヨペ

   ッワ ㈤㈯1月㈭ ㉃9月隤 B6 ネ！ ュヅレ！ ㈫㉃㈠12月ゴ

   へ㈱！ ㈫㉃㈠12月！ α↖ ㈤㈯1月㈭↗ ム㈱ベ㈰デ

   ㉤㉃㈫㈳㈠㈯！ ㈳㈶6月㉃㉤㈯ヌ㈫！ Shiseido

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

c. Makna Tuturan

Buktikanlah didalam cermin

Kekencangannya yang melimpah adalah jawabannya

Akhirnya ada krim yang mengandung ㈱㈱1月㈱ ㈱9月隤 B6

Produk baru krim α dari Elixir Superieur, Shiseido

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk melembabkan wajah (pelembab wajah). Nama produk tersebut adalah *Elixir Superieur*. Produk baru dari *Elixir* mengandung ㈱㈱1月㈱ ㈱9月隤 B6, sehingga dapat mengencangkan kulit wajah. Gunakanlah pada kulit wajah secara teratur sehingga wajah menjadi kencang dan buktikanlah di dalam cermin.

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyuruh* bermodus *imperatif*. Tuturan tersebut menyuruh mitra tuturnya untuk membuktikannya di dalam cermin, maksudnya sebelum membuktikannya, mitra tutur diharapkan menggunakan produk yang di tawarkan supaya kulit wajah menjadi kencang. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan tersebut merupakan tuturan direktif bermodus imperatif adalah adanya kalimat perintah yang di tunjukan kepada mitra tutur untuk アヌネ㈡ワルヌヨ！ムヘヌ㈣ョバメブヅィ *'Buktikanlah didalam cermin'*.

a. Teks Iklan Tertulis

- 茂•㋕㊙㋮㊤㋒㊌棰僜わキベ㈠�木
- 10月㊉㈱㋖㋺㋷ 排ワ㋐㋖㊉㋒㊟3月

b. Tuturan Iklan

2. MAQUAILLAGEわノン㈱ネ　ッヶ㈮㈱　キル㈦ヌブネ　ヅ㈯ッボルヅ

ヴ•㋕㊙㋮㊤㋒㊌棰僜わキベ㈠㈱ゐ

10月㊉㈱㋖㋺ワ　排ワ　㋐㋖㊉㋒㊟3月

c. Makna Tuturan

MAQUAILLAGE, membuat anggun, warnanya yang gemerlap tidak luntur

Zamannya cantik lebih lama dimulai

Maquaillage make-up untuk musim semi dari Shiseido

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk membuat wanita menjadi anggun dan cantik. Nama produk tersebut adalah *Maquaillage*. *Maquaillage* adalah make-up untuk musim semi, saatnya cantik lebih lama. Make-up tersebut membuat wanita menjadi anggun dan saat menggunakan produk ini, warnanya tahan lama dan tidak luntur.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyuruh* bermodus *imperatif*. Tuturan tersebut menyuruh mitra tuturnya untuk menggunakan produk musim panas yang ditawarkan yaitu *Maquaillage*. Produk ini adalah make-up yang membuat wanita menjadi anggun dan saat memakainya warnanya tidak luntur serta tahan lama. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan ini merupakan tuturan direktif bermodus imperatif adalah adanya kalimat perintah アヴ•㋕㊤㊥㊦㊧㊨ 棰僜わキベ㈠㈭ィ*'Zamannya cantik lebih lama dimulai'* yang ditujukan kepada mitra tuturnya untuk menggunakan produk tersebut agar merasakan manfaatnya.

a. Teks Iklan Tertulis

- AQUALABEL
- Q10 ヴキバ ,茂穀 ボゾヴ㈱ ,擦吉
- ーデベ八㈱ ,邯玅㊫㊬㊪12月

b. Tuturan Iklan

3. AQUALABELわニキメワ ピラ ル㈱ヌ ノレへルヅ㈪デレ ㈡ドョ ベュキ ヒヤピデ ノレ へョノムワゐ ノ㈮ヅ㈹！㈣プマ キ㈬㈤ へ㈡㈪丶デ㈤ 50滥ヌ㈫ワ ㈲㊫㈲㊬㊪5月㊧ shiseido ニ㈱ルワ ュ㈦キ ピ㈮ヌ㈫

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

c. Makna Tuturan

AQUALABEL, hal yang berhubungan dengan kulit agaknya tidak terlalu diperhatikan

Sebenarnya, kulit cukup diperhatikan. Cantik adalah tujuan

Aqualabel dari Shiseido untuk usia mulai dari 50 tahun agar kencang dan mencegah noda di wajah

Mulai sekarang, ayo wanita pakai Aqualabel agar kelihatan licin dan halus

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan yang berupa krim dengan manfaat untuk perawatan anti-keriput kulit wajah. Nama produk tersebut adalah *Aqualabel*. *Aqualabel* mengandung anti-keriput Q10 dan unsur whitening untuk mencerahkan dan melembabkan kulit wajah. Dengan berlalunya waktu, regenerasi kulitpun melambat, sel kulit berkurang sehingga mengakibatkan penuaan. Jika mitra tutur menggunakannya dapat memperlambat proses penuaan kulit untuk membantu anda mencerahkan, melembabkan dan tampil awet muda. Produk ini untuk usia mulai dari 50 tahun yang ingin terlihat lebih muda.

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyuruh* bermodus *imperatif*. Tuturan tersebut menyuruh mitra tuturnya untuk untuk menggunakan produk yang ditawarkan yaitu *Aqualabel*, krim anti-keriput untuk memperlambat penuaan kulit agar tampil awet muda, kelihatan licin dan halus. Penanda yang

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

mempertegas bahwa tuturan ini merupakan tuturan direktif bermodus imperatif adalah adanya kalimat perintah dan gambar iklan yang ditujukan kepada mitra tutur untuk cepat menggunakan produk tersebut agar merasakan manfaatnya. Tuturan tersebut adalah アニ㈱ルワ ュ㈦ヰ ピ㈮ヌ㈫ィ ‘*Mulai sekarang, ayo wanita pakai Aqualabel agar kelihatan licin dan halus*’.

a. Teks Iklan Tertulis

- ドネニ ,纍鶇ワ㊥㊐わ ㈡ワ ,幟㈱
- 局ヰわヅュヤメヤョ ヌ ,寓㈱㈮㈱

b. Tuturan Iklan

4. ㊥㊐ワッ㈱ ヰメヰ ッルムワ ン㈠デベ㈠デ ㈨ムヌレへ㈠ペ ラヴノ㈬ワ ドネニ㈴ リデミ

   ドネニワ㊥㊐わ㊤㊐㈫㊫㊦㊫㊧6月㊐㊤㊦ Shiseido

c. Makna Tuturan

Kulit yang kencang menjadikan Anda bebas berekspresi

Silakan, tersenyumlah secara bebas

Elixir Superieur membuat Anda tersenyum lebar

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk membersihkan muka. Nama produk tersebut adalah *Elixir Superieru*. *Elixir Superieru* adalah produk kecantikan untuk

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

membersihkan muka yang mengandung kolagen dan elastin sehingga mengembalikan kekencangan kulit yang sudah mengendur, mempermulus kulit dan membuat kulit bercahaya. Jika mitra tutur menggunakannya membuat kulit menjadi kencang, mulus dan bercahaya. Mitra tutur bebas berekspresi dan tersenyum lebar.

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyuruh* bermodus *imperati*f. Tuturan tersebut menyuruh mitra tuturnya untuk menggunakan produk yang ditawarkan yaitu *Elixir Superieru* untuk membersihkan muka yang dapat mengembalikan kekencangan, mempermulus dan membuat kulit bercahaya. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan ini merupakan tuturan direktif bermodus imperatif adalah adanya kalimat perintah yang ditujukan kepada mitra tuturnya untuk menggunakan produk tersebut agar merasakan manfaatnya yaitu bebas berekspresi dan tersenyum lebar. Tuturan iklan tersebut adalahアラヴノ㈬ワ ドネニ㈴ リデミィ‘*silakan, tersenyumlah secara bebas*’.

PERPUSTAKAAN
UNNES

4.2 Fungsi Tuturan Direktif *Meminta*

Tuturan direktif meminta adalah tindak tutur yang dilakukan seorang penutur dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi permintaan. Dalam penelitian ini ditemukan satu tindak

tutur direktif meminta. Berikut ini akan dijelaskan tindak tutur direktif meminta dengan modus imperatif.

4.2.1 Fungsi Tuturan Direktif Meminta Bermodus *Imperatif*

Tuturan direktif meminta bermodus imperatif adalah jenis meminta dengan modus yang secara konvensional digunakan untuk menyuruh. Tuturan direktif meminta bermodus imperatif terlihat pada iklan berikut ini:

a. Teks Iklan

- 絏ワ㊫11月キンララ[モネ],鑵デ
- ㊫11月ワ[ワ],欷㈱[ム],桐ュ
- 7月㋝㊀㊤㊧㋡�水㊙㋐㊨！ ㊟㋐12月•㊣1月㊥㊧㊫㋖㋡

b. Tuturan Iklan

*絏ワ㊫11月キンララ鑵デゐメヌ㈫！ 7月㋝㊀㊤㊧㋡㋐㋡㋐㊨！ レ㈠㈭ルビワ

ルネヅピラ！ ㊫11月ラ！ ムムヌヤョノム！ 絏ネヅデ㈱メヌ㈫

ッノ㈫㈣ルヅワ！ ㊫11月ワ欷㈱桐ュ！ 7月㋝㊀㊤㊧㋡㋐㋡㋐㊨

*絏ワ㊫11月キンララ鑵デゐョヅモ㈥バブボム㈫ニへ㈠ヅ

メヌ㈫！ リ㈱ル！ モ㈩デピデ！ ㈤㈡ワネブルヅ

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

ヌ㈱ポ㈱！㈢ヒヤヨヅムヅ！

㈳11月ワ欷㈹桐ュ！ 7月㋡㈠㈳㈲㈯㈬㈳㈱！ SK-II

c. Makna Tuturan

Satu noda membuat saya berbeda. Oleh karena itu lotion pemutih dioleskan secara merata

Sudah lama saya melawan noda, percayalah karena saya yang mengatakannya

Jangan patah semangat, karena dengan saus (lotion) ini noda akan hilang sampai akar

Satu noda membuat saya berbeda. Sekali terkena, langsung hilang

Oleh karena itu, jangan menyerah dengan noda apapun

Saya ingin hidup sempurna tanpa noda

Dengan memakai SK-II menghilangkan noda sampai akar.

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan yang berupa krim dengan manfaat untuk menghilangkan noda. Nama produk tersebut adalah *SK-II*. Produk ini adalah krim khusus untuk menghilangkan noda secara merata dan noda diputus sampai akar-akarnya. Jika mitra tutur menggunakan krim ini membuat wajah bersih tanpa noda.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *meminta* bermodus *imperatif*. Tuturan tersebut meminta mitra tuturnya untuk tidak menyerah dalam menghilangkan noda. Dan akhirnya *SK-II* dapat menghilangkan noda sampai akar-akarnya. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan tersebut merupakan tuturan direktif bermodus imperatif adalah adanya kalimat perintah yang ditujukan pada mitra tuturアメヌ㈫ リ㈱ル モ㈠デピデ ㈤㈡ワネヅィ*'Oleh karena itu, jangan menyerah dengan noda apapun'*

4.3 Fungsi Tuturan Direktif *Menuntut*

Tuturan direktif menuntut adalah tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi tuntutan. Tuturan ini merupakan tuturan yang digunakan untuk menuntut seseorang agar melakukan sesuatu. Dalam penelitian ini ditemukan satu tindak tutur direktif menuntut. Berikut ini akan dijelaskan tindak tutur direktif menuntut dengan modus deklaratif.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

4.3.1 Fungsi Tuturan Direktif Menuntut Bermodus *Deklaratif*

Tuturan direktif menuntut bermodus deklaratif adalah jenis tuturan direktif menuntut dengan modus yang secara konvensional digunakan untuk

memberikan suatu informasi. Tuturan direktif menuntut bermodus deklaratif terlihat pada iklan berikut ini:

a. Teks Iklan

- ヴ,茂へブゑわ一㈱ノ,槽澐ワ 14レモヌ㈱,梍驌
- ヘッ㈱,惘ボワブネ,啐へヌム,桜
- 3 梍… 6 梍… 10 梍… 14 梍…
- へ㈱ラデ,煞鐎ーへュ,凞犛3月㋓㋚㋝11月㋐へ㈱ーデ,古桜
- ㋝㋐写㋐㋐！ ㋙㋔十㋐㋝12月㋐㋝五㋟㋝㋐㋝
- ノヤラ！㈤ヤラわッへム,梵梍ヰヌネ㈦,錠バ•！ PANTENE Pro-V

b. Tuturan Iklan

槫わ㋝㋒㋐ラへョョ㈤ ペパレ ン㈯ネ㈭ワヰ ㋝㋐㋐㋝ワ！ ブヅレ ヅモ㈱モベ㈧デ

㈠ラ㈠ヤム ヌ㈡ヨヅ㈭ム㈣レヰ

㈠ヅッブワ！ ㋝㋟㋐㋝㋐㋐㋝ネ！ 9月㋝㋐㋝ヨペゐ

㋝㋐写㋐㋐ヨ！ ヰベ㈠㈭

㈠ヅッブワ！ ㋝㋟㋐㋝㋐㋐㋝！ へ㈧デヌ㈱

ノレル㈭！ ン㈯ネ㈬㈹！ ヅモレモベ㈧デ！ ニブド

ノラ㈠㈭！ ヌ㈡ゑ

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

ノラ㈠ヤム！ヌ㈡ュユヅョ㈭

㊤テ写フテ！社サ十フ特12月フ財！五注祝テ特

c. Makna Iklan

Meskipun dilakukan pagi hari secara teratur, yang segera menjadi kusut adalah saat kerusakan rambut sepanjang hari

Agar rambut bisa diatur sepanjang hari

Perawatan rambut setiap pagi,adalah pointnya

Dimulai dengan Pantene

Biasakan perawatan setiap pagi

Menekan kekusutan rambut yang mengganggu sepanjang hari

Agar rambut mudah di atur

Gunakan lah secara teratur Pantene Silky Smooth Essence

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk perawatan rambut. Nama produk tersebut adalah *Pantene*. *Pantene* mengandung pro-vitamin untuk menghaluskan rambut seperti sutera dan membuat rambut berkilau. Akibat sering ganti-ganti model rambut, membuat rambut kusut begitu cepat. Agar rambut indah kembali perawatan rambut setiap pagi, point yang penting. Jika mitra tutur merawat

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

rambut dan menggunakan *pantene* setiap pagi secara teratur dalam waktu 14 hari rambut menjadi halus dan bercahaya seperti sutera.

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menuntut* bermodus *deklaratif*. Tuturan tersebut memilki fungsi merealisasikan tuntutan mitra tutur, maksud dari tuturan tersebut adalah penutur berusaha untuk merealisasikan tuntutan mitra tutur untuk menggunakan produk yang ditawarkan yaitu *Pantene* untuk menghaluskan dan mengkilaukan rambut seperti sutera dalam 14 hari. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan itu merupakan tuturan direktif bermodus deklaratif adalah adanya teks dan gambar iklan yang menjelaskan secara rinci yaitu produk ini mengandung pro-vitamin yang bermanfaat membuat rambut halus dan berkilau seperti berlian. Tuturan tersebut adalah ア㈠ヅッブワ㊤㊁㋐㊤㋐㋔㊤ネ！ 9月㊀㋔㊤ ヨペィ*'Perawatan rambut setiap pagi, adalah pointnya'*.

4.4 Fungsi Tuturan Direktif *Menyarankan*

Tuturan direktif menyarankan adalah tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi saran atau anjuran yang disampaikan. Fungsi menyarankan ditandai dengan adanya saran atau anjuran yang disampaikan mitra tutur untuk dijadikan sebagai pertimbangan mengenai suatu hal. Dalam penelitian ini ditemukan delapan tindak tutur direktif menyarankan, dari delapan tindak tutur

direktif menyarankan terbagi atas tiga modus yaitu, satu tindak tutur direktif bermodus imperatif, satu tindak tutur direktif interogatif dan enam tindak tutur deklaratif.

4.4.1 Fungsi Tuturan Direktif Menyarankan Bermodus *Imperatif*

Tuturan direktif menyarankan bermodus imperatif adalah jenis tuturan direktif menyarankan dengan modus yang secara konvensional digunakan untuk menyuruh. Tuturan direktif menyarankan bermodus imperatif terlihat pada iklan berikut ini:

a. Teks Iklan

- 局ヰヅュメヤョ[ヌ],寓㈱㈮㈭
- [ヴヰバ],茂稘&[ドネニ],纍鶫ワ㊥㊐

b. Tuturan Iklan

* ボ㈱ヲヅわノワデ ニマバルヤムヌ㈫ ニヰメ！ ヽ㈯ヽ㈯ ル㈱ヨペ㈪ゐ

㊥㊤㈲㊟3月㊥㋔㋖㊢㊀

㈨㈣㈨㈣！ ㈨メ㈱ル！ ルブ㈫ロ㈪デ

ヅプ！ ン㈫バ！ ㊤㊐㈫㊢㋖㊢㋔6月㊐㊤㋖

c. Makna tuturan

Kakak, karena kemarin sampai larut malam jadi kulit saya kusam

Ada yang terbaru

Semuanya jangan lalai (membersihkan wajah)

Ayo memakai Elixir Superieur

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk membersihkan wajah. Nama produk *Elixir Superieru*. *Elixir Superieru* adalah produk kecantikan untuk membersihkan wajah sehingga wajah menjadi cerah kembali. Jika mitra tutur menggunakannya membuat kulit wajah cerah kembali tidak kusam saat beraktivitas. Jangan lupa selalu bersihkan wajah agar wajah tidak kusam.

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyarankan* bermodus *imperatif*. Tuturan tersebut menyarankan mitra tutur untuk menggunakan produk yang ditawarkan yaitu *Elixir Superieur* membuat kulit wajah menjadi cerah tidak kusam. Penanda yang memsihkan pertegas bahwa tuturan itu merupakan tuturan direktif bermodus imperatif adalah adanya kalimat perintah yang ditunjukan kepada mitra tuturnya untuk jangan sampai lalai membersihkan wajah dengan menggunakan *Elixir Superieru*. Tuturan tersebut adalahア㈨㈣㈨㈣ ㈨メ㈱ル ルブ㈫ロ㈪ディ *'semuanya jangan lalai (membersihkan wajah)'*.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

4.4.2 Fungsi Tuturan Direktif Menyarankan Bermodus *Deklaratif*

Tuturan direktif menyarankan adalah tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dengan maksud agar mitra tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan yang berisi saran atau anjuran yang disampaikan. Fungsi menyarankan ditandai dengan adanya saran atau anjuran yang disampaikan mitra tutur untuk dijadikan sebagai pertimbangan mengenai suatu hal.

Tuturan direktif menyarankan bermodus deklaratif adalah jenis tuturan direktif menyarankan dengan modus yang secara konvensional digunakan untuk memberitahukan informasi. Tuturan direktif menyarankan bermodus deklaratif terlihat pada iklan berikut ini:

a. Teks Iklan Tertulis

- リデヘョわノ㈮ヅルワメ㈯デゐ ヘ八ミデ ,隄鐠ワ ラデベ ,権澇
- SK-II ㊜㊉㋕
- ㌻ヤヒ㈱ ,穎蹤
- 1月㊹㊀㈳㋡㋜ ㊤㋞㋠㊤㋐㋒㊤ ㊄㊟㊗㋒㊒

b. Tuturan Iklan

1. ラデベワョレ ニピヤムベベュ㈱ ル㈱ラヌ ㌻メレ ブヅビ㈱ヘムヅ SK-II ㊜㊉㋕穎蹤ヨペ

   ピワラデ㈷ヅヌ㈱ネ ッ㈭ヌハ㈬わ穎蹤わSK-II

   1月㊹㊀㈳㋡㋜ ㊤㋞㋠㊤㋐㋒㊤ ㊄㊟㊗㋒㊒

c. Makna Tuturan

Ingin (rasanya) menemukan sesuatu untuk kulit, dengan kenyataan ditemukan di tangan ahli pembuat sake

Telah ditemukan SK-II ㊙㊙㊙

Selama ada cairan bening, ditemukan , SK II

Perawatan wajah yang utama

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan yang berupa cairan bening dengan manfaat untuk melembutkan muka. Nama produk tersebut adalah *SK-II*. *SK-II* adalah penemuan terbaru untuk kulit, yang terinspirasi dari kulit tangan si pembuat sake. *SK-II* digunakan pada kulit muka sehingga lembut seperti pada kulit tangan si pembuat sake. Tangan si pembuat sake menjadi lembut karena selalu memegang adonan sake secara terus-menerus, sehingga tangan si pembuat sake menjadi lembut.

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyarankan* bermodus *deklaratif*. Tuturan tersebut menyarankan mitra tuturnya untuk menggunakan produk *SK-II* supaya kulit menjadi lembut seperti pada kulit ahli pembuat sake. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan tersebut merupakan tuturan direktif bermodus deklaratif adalah adanya tuturan iklan dan gambar iklan yang menjelaskan secara rinci dari manfaat sampai terbuktinya produk ini yaitu

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

terinspirasi dari tangan si pembuat sake yang menjadi lembut, jadi jika mitra tutur memakai secara teratur kulit menjadi lembut seperti kulit tangan si pembuat sake. Tuturan tersebut adalah アラデベワョレ　ニピヤムベベュ㈱ル㈱ラヌ　ヰメレ　ブヅビ㈱ヘムヅ SK-II　㊙㊥㊦穎蹤ヨペィ　*'Ingin (rasanya) menemukan sesuatu untuk kulit, dengan kenyataan ditemukan di tangan ahli pembuat sake'*.

a. Teks Iklan

- ム㈱ベ㈠デ ,辫確
- へ㈱ ヰヅ ,桓 ,隰 フデ ,嘘㊥㊫㊤㈱11月㊨
- 梍槽ワ ベ㈠ボヅ ,局抵ヰ！茂ヘヅ

b. Tuturan Iklan

2. へ㈱ヰヅフデ

㊥㊫㊤㈱11月㊨ネ　ヅム㈱メ　ヌ㈡㈱ デュバヘバへ㈠ペ

デュバヘヅ　㊟㋐㋒㊖㊤㈱ワ　ム㈱ベ㈠デョペ

Shiseido Shampoo Tsubaki

c. Makna Tuturan

Formula baru

Tsubaki yang mengandung amino membuat rambut rusak menjadi indah

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

Telah hadir, produk perawatan rambut yang rusak menjadi indah

Shampoo Tsubaki dari Shiseido

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk perawatan rambut (shampoo). Nama produk tersebut adalah *Tsubaki Shampoo*. Formula baru dari *Tsubaki Shampoo* yang mengandung bunga kamelia dan amino untuk meregenerasi rambut sehingga membuat rambut indah. Kapanpun musimnya dan dimanapun tempatnya bisa membuat rambut rusak. Dengan adanya produk baru *Tsubaki Shampoo* dari *Shiseido* dapat mengembalikan rambut menjadi indah.

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif menyarankan bermodus deklaratif. Tuturan tersebut menyarankan mitra tuturnya untuk menggunakan produk yang ditawarkan yaitu *Tsubaki Shampoo.* Dengan formula baru dari *Tsubaki Shampoo* untuk perawatan rambut rusak menjadi indah. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan itu merupakan tuturan direktif bermodus deklaratif adalah adanya tuturan dan gambar iklan yang menjelaskan secara rinci dari manfaat sampai terbuktinya produk ini yaitu kapanpun musimnya dan dimanapun tempatnya rambut tetap indah karena menggunakan produk ini yang mengandung bunga kamelia dan amino di dalamnya. Tuturan tersebut adalahアへ㈱キヅフデわ㊢㊫㊥㈱11月㊨ネ　ヅム㈱メ　ヌ㈡㈱　デュバへバ

へ㈠ペィ ‘*Formula baru, Tsubaki yang mengandung amino membuat rambut rusak menjadi indah*’.

a. Teks Iklan

- ヶ㈮ッヤョヅムヅわル㈣㈫ヌル蔓ヱ
- ムヤギ㈬わデ㈭ニデ
- ㊧5月㈰8月㊣㈲！ ㊥㊦㊢11月㊨㊫

b. Tuturan Iklan

3. NIVEA BODY ヶ㈮ッヤョヅムヅわル㈣㈫ヌル蔓ヱ

   ムヤギ㈬わデ㈭ニデ

   ㊧5月㈰8月㊣㈲！ ㊥㊦㊢11月㊨㊫

c. Makna Tuturan

NIVEA BODY, membuat kulit licin ketika ingin bersentuhan

Kaya akan kelembaban

Nivea Body Skin Milk

d. Ilustrasi

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk melembabkan kulit diseluruh badan (handbody). Nama produk tersebut adalah *Nivea*. *Nivea body* mengandung susu sehingga membuat kulit lembab dan licin ketika bersentuhan. Jika mitra tutur menggunakaannya membuat kulit menjadi lembab, licin dan menjadi percaya diri ketika bersentuhan dengan pasangan anda karena kandungan yang ada di dalam *Nivea body* yaitu susu.

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyarankan* bermodus *deklraratif*. Tuturan tersebut menyarankan mitra tuturnya untuk menggunakan produk yang ditawarkan yaitu *Nivea* supaya kulit lembab dan licin karena kandungan yaitu susu. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan itu merupakan tuturan direktif bermodus deklaratif adalah adanya tuturan dan gambar iklan yang menjelaskan secara rinci dari manfaat sampai terbuktinya produk ini yaitu karena kandungan didalamnya susu jadi membuat lembab dan licin setelah menggunakan produk ini. Tuturan tersebut adalah ア㊧5月㈰8月㊨㊤ ㊥㊦㊢ 11月㊫㊋わヶ㈮ッヤョヅムヅ ル㈣㈫ヌル 蔓ゴィ *'Nivea body skin milk, membuat licin ketika ingin bersentuhan'*

a. Teks Iklan

- VIDAL SASSOON
- ヌ㈡ ,９レ

- ㊟㊀㊁㊃㊄㊅ワ[ピデヌ],品檀
- [デフ],哲バムヴレわ[ヌネ㈦],錠バ９
- VS.PREMIUM

b. Tuturan Iklan

4. VIDAL SASSOONわドノムヅ ㊟㊀㊁㊃㊄㊅ ピデヌヨ

   デフバムヴレわヌネ㈦バヌ㈡レ

   PREMIUM VIDAL SASSOON, SHAMPOO！！！！！！！

   ㊤㊄㊀㊁㊃㊅㊆ ム㈱ベ㈠デ

   FASHION, MUSIC VIDAL SASSOON ㊟㊀㊁㊃㊄㊅ワ ヌネ㈦ノ㈱

   ッルムワ！ ヌ㈡レ

c. Makna Tuturan

VIDAL SASSOON, dengan efek cairan berlian

Membuat setiap gerakan rambut berkilau

PREMIUM VIDAL SASSOON, telah hadir shampoo kondisioner

FASHION, MUSIC VIDAL SASSOON, kilau berlian ada di rambutmu

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk perawatan rambut (shampoo conditioner). Nama produk tersebut adalah *Vidal Sassoon*. Produk baru dari *Vidal Sassoon* dengan efek

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

cairan berlian sehingga membuat rambut berkilau seperti berlian. Dengan adanya produk baru dari *Vidal Sassoon* membuat setiap gerakan rambut berkilau seperti berlian.

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyarankan* bermodus *deklaratif*. Tuturan tersebut menyarankan mitra tuturnya untuk menggunakan produk yang ditawarkan yaitu *Vidal Sassoon Shampoo*, membuat rambut berkilau seperti berlian. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan itu merupakan tuturan direktif bermodus deklaratif adalah adanya tuturan dan gambar iklan yang menjelaskan secara rinci yaitu produk ini dengan manfaat cairan berlian yang bermanfaat membuat setiap gerakan rambut berkilau seperti berlian. Tuturan tersebut adalah アVIDAL SASSOONわドノムヅ　㊟㊀㊤㊀㊦㊥ ピデヌヨデフバムヴレわ　ヌネ㈦バヌ㈡レィ’ *VIDAL SASSOON, dengan efek cairan berlian, membuat setiap gerakan rambut berkilau’*.

PERPUSTAKAAN
UNNES

a. Teks Iklan

- ヒヅムヅ　ノニバ　㈹　キヅ　フデ
  ,懋撻　,軱撙㊦㊀㊧　,桓　,隰　,嘘
- 茂•㋕㊧㊨㈲㊦㊨　バモヲレ　,噱胤わ㉑㊥㈱㊦㊫㋔！ ㋕㊧㊨㈲㊦㊨㊤㋕㊀㊧㉑
  ㊟㊤㊧㊧㋕㊫㋔
- 12　ヅ㈯　へ㈱　,蚖　,桓　キュエヅ　,穎寂

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

b. Tuturan Iklan

5. ピワ ル㈣㈫ヌブヨ ニモルヅ

10月㊥㈱㋐㊖㋔ワ ヅ㈯ュ㈦ ベミバ 嚮腸 ヌ㈱ボヅ Shiseido

c. Makna Tuturan

Dengan kelicinannya tidak akan luntur

Lipstik berlipgloss Maquillage, lipstik untuk menyempurnakan kecantikan Anda, dari Shiseido

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk pemulas bibir (lipstik). Nama produk tersebut adalah *Maquillage*. Salah satu produk *Maquillage* dari Shiseido adalah lipstik. Dengan komposisi baru yang mengandung minyak yang melembabkan bibir, warnanya mengkilap, tidak luntur dan tahan lama, sehingga menyempurnakan kecantikan Anda. Jika mitra tutur menggunakannya membuat bibir menkilap dan tahan lama. Tersedia dalam 12 warna yang cantik dam memikat untuk bibir.

PERPUSTAKAAN
UNNES

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyarankan* bermodus *deklaratif*. Tuturan tersebut menyarankan mitra tuturnya untuk memggunakan produk yang ditawarkan yaitu *Maquillage* untuk melembabkan bibir dengan warna yang memikat, tidak luntur dan tahan lama. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan itu merupakan tuturan direktif bermodus deklaratif adalah adanya tuturan dan gambar iklan yang menjelaskan secara rinci dan manfaat yang

diperoleh yaitu dengan komposisi baru yang teksturnya seperti minyak yang melebabkan bibir, sehingga membuat warna bibir mengkilap, licin, tidak luntur dan tahan lama. Tuturan tersebut adalahア10月㊥㈱㋐㊨㋔ワ　ヅ㈯ュ㈦　ベミバ　嚎腸　ヌ㈱ボヅ　Shiseidoィ’*Lipstik berlipgloss Maquillage, lipstik untuk menyempurnakan kecantikan anda, dari Shiseido’*.

a. Teks Iklan

- INTEGRATE
- ボ㈱ブヅ,芧腿レへョわ　ッヤラデ,妯分　ョノ,穣ルノ㈫㈣ノ

b. Tuturan Iklan

6. INTEGRATEわボ㈱ブヅ,芧腿レへョわッヤラデ,妯分ョノ,穣ルノ㈫㈣ノ

㊀㋐㊨㈬㋝㋐㊤ヌ㈫わキベ㈣ョ！ ㊣㊨㊟㊤！ ㈱㊀㋑㋒㋐ Shiseido

c. Makna Tuturan

INTERGRATE, sangat berkilau dan halus

Karena telah teintegrasi, pertama, perona mata digit (digit eyecolor) dari Shiseido

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk memperindah kelopak mata (eyeshadow). Nama produk tersebut adalah *Integrate* dari Shiseido yang digunakan untuk memperindah dan mempercantik kelopak mata. *Intergrate* paduan dari teksturnya yang halusnya dan berkilau membuat kelopak mata menjadi cantik tahan lama. Ini adalah pertama kali eyeshadow yang bentuknya tidak powder dan bentuknya seperti mascara.

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyarankan* bermodus *deklaratif*. Tuturan tersebut menyarankan mitra tuturnya untuk menggunakan produk yang ditawarkan yaitu Shiseido supaya kelopak mata menjadi indah,cantik dan tahan lama. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan itu merupakan tuturan direktif bermodus deklaratif adalah adanya tuturan dan gambar iklan yang menjelaskan bahwa produk ini membuat kelopak mata halus dan berkilau karena teksturnya yang halus dan bentuknya yang berbeda sehingga lebih praktis dalam menggunakannya. Tuturan tersebut adalah ア㊀㋔写㊌㋝㋕㊤ヌ㈫わキベ㈣ョ！ ㊣㊖㊟㊤！㈱㊀八㋖㋕ Shiseidoイ*'Karena telah teintegrasi, pertama, perona mata digit (digit eyecolor) dari Shiseido'*.

a. Teks Iklan

- ッボ,濤• ンヘ,窒蔆3月㋝㋕1月ヴ㈱八デヘ,戩肭巵

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

- 茂•㋕㊙㋮㈲㋓�水㊣㊂㊟㋺㋕

- 10月㊥㈱㋕㊙㋕㋓㋮㈲㋓㋮㋮㊣㊂㊟㋺㋕！ UU SPF 25.PA++

b. Tuturan Iklan

7. ルュワ！ ヒッル㈤！ ゛ ,窒蔆パペ㈡！ ㈡ボルヅ

ラデ㈣ヅ ヴキメネ！ バホ㈮ルヅ

10月㊥㈱㋕㊙㋕㋓㋮㈲㋓㋮㋮㊣㊂㊟㋺㋕

c. Makna Tuturan

Pori-pori pada musim panas yang gelap tidak akan diperihatkan

Kulit cantik yang bersinar tidak akan luntur

Powder Maquillage yang tahan lama

d. Ilustrasi

Tuturan iklan di atas adalah iklan yang menawarkan produk kecantikan dengan manfaat untuk bebaskan dari kilap wajah (bedak). Nama produk tersebut adalah *Maquillage*. Dengan kandungan SPF 25 melindungi kulit wajah dari sinar ultraviolet dan butirannya yang halus sehingga menyatu dengan kulit. Jika mitra tutur menggunakan produk ini, kulit yang cantik bersinar tidak akan luntur. Ketika musim panas pori-pori yang gelap tidak akan terlihat, tidak luntur dan tahan lama.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

e. Analisis

Tuturan di atas adalah tuturan direktif *menyarankan* bermodus *deklaratif*. Tuturan tersebut menyarankan mitra tuturnya untuk menggunakan produk yang ditawarkan yaitu *Maquillage* untuk bebaskan dari kilap wajah dari minyak dan ketika musim panas pori-pori yang gelap tidak akan terlihat, tidak luntur dan tahan lama. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan itu merupakan tuturan direktif bermodus deklaratif adalah adanya gambar iklan yang menjelaskan bahwa produk ini mengandung SPF 25 melindungi dari ultraviolet dan butirannya yang halus sehingga meratakan warna kulit. Tuturan tersebut adalah アルュワヒッル㈤ ,窒蔆パペ㈡！ ㈡ボルヅわラデ㈣ヅ ヴキメネバホ㈮ ル ヅ ィ ”*Pori-pori pada musim panas yang gelap tidak akan diperihatkan,kulit cantik yang bersinar tidak akan luntur*”

4.5 Fungsi Tuturan Direktif *Menantang*

Tuturan direktif menantang adalah tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dengan maksud menantang mitra tutur agar mitra tutur percaya dengan apa yang dikatakan oleh penutur dan menerima tantangan itu dengan melakukan tindakan yang disebutkan itu. Fungsi menantang ditandai dengan adanya tantangan yang disampaikan kepada mitra tutur untuk dijadikan sebagai pembuktian mengenai suatu hal. Dalam penelitian ini ditemukan dua tindak tutur direktif menantang, dari dua tindak tutur direktif menantang terbagi atas dua modus tuturan yaitu satu tindak tutur bermodus imperatif dan interogatif.

PERPUSTAKAAN UNNES

4.5.1 Fungsi Tuturan Direktif Menantang Bermodus *Imperatif*

Tuturan direktif menantang bermodus imperatif adalah jenis tuturan direktif menantang dengan modus yang secara konvensional digunakan untuk menyuruh. Tuturan direktif menantang bermodus imperatif terlihat pada iklan berikut ini:

a. Teks Iklan

- 局ヰヅュメヤョ(ヌ),寓㈱㈮㈭
- (ヴヰバ),茂稘&(ドネニ),纍鶇ワ㊥㊐

b. Tuturan Iklan

ヴヰバワノボュヨペゐ

ッヌ㈭ヅ ヰ㈬ワッ㈭ヰメヰ!

ッム㈫へヅピリ㈹ヰベ㈣㈭

ッルムワ! ㊫㊦8月㊧ヨペゐ

モ㈠デボ㈱! へョバメブヅ

ン㈠デベ㈠デ! ㈨ムヌレ! ↖ヨノム↗

バ㈮パ㈮㈤! ヰ㈭メヒワ! モ㈠デボ㈱レ! ル㈫㈣㈪デ

ヅプ! ヴヰバ ㊤㊐㈫㊫㊦㊧㊫㊨6月㊐㊤㊧! Shiseido

c. Makna Tuturan

Musimnya untuk warna kulit cerah.

Kulit yang kencang dan cerah

Simbol aktifitas baru Anda

Lewatilah tantangan itu

Perkayalah ekspresi wajah Anda (berhasil)

Tidak hanya tantangan di musim semi

Ayo cerahkan kulit dengan Elixir Superieru dari Shiseido.

d. Ilustrasi

Dari tuturan diatas, mengandung pengertian tentang produk kecantikan untuk membersihkan wajah. Nama produk tersebut adalah *Elixir Superieru*. Waktunya untuk mencerahkan kulit. *Elixir* dapat mengencangkan kulit dan mencerahkan kulit. Jika mitra tutur menggunakan produk ini tidak hanya melewati tantangan pada musim semi saja, tetapi mitra tutur dapat mengekpresikan muka secara maksimal.

PERPUSTAKAAN UNNES

e. Analisis

Tuturan diatas adalah tuturan direktif menantang bermodus imperatif. Tuturan tersebut memiliki fungsi menantang mitra tuturnya untuk menggunakan *Elixir Superieru* untuk mencerahkan kulit. Penanda yang mempertegas bahwa kalimat tersebut termasuk tuturan direktif bermodus

imperatif adalah adanya kalimat ajakan yang ditunjukan pada mitra tutur アモ�十)デボ㈱ ヘョバメブヅゐヅプ！ ヴキバ ㊄㊐㊋㊊㋐㋜㊊㋝6月㊐㊄㋜！ Shiseido ィ ‘*Lewatilah tantangan itu. Ayo cerahkan kulit dengan Elixir Superieru dari Shiseido*’.

4.5.2 Fungsi Tuturan Direktif Menantang Bermodus *Interogatif*

Tuturan direktif menantang adalah tindak tutur yang dilakukan oleh penutur dengan maksud menantang mitra tutur agar mitra tutur percaya dengan apa yang dikatakan oleh penutur dan menerima tantangan itu dengan melakukan tindakan yang disebutkan itu. Fungsi menantang ditandai dengan adanya tantangan yang disampaikan kepada mitra tutur untuk dijadikan sebagai pembuktian mengenai suatu hal.

Tuturan direktif menantang bermodus interogatif adalah jenis tuturan direktif menyarankan dengan modus yang secara konvensional digunakan untuk bertanya tentang informasi ini. Tuturan direktif menantang bermodus interogatif terlihat pada iklan berikut ini:

a. Teks Iklan

- 局キヅュメヤョ゛,寓㈱㈮㈭

b. Tuturan Iklan

1. ”キベ㈣㈠ヘョゐ

㊥㊐ワ　ッ㈭ ヰメヰ　へ㈩ムヅ㈣㈱レ　ュ㈪ヅヅ㈱へ㈩㈹　ッムド㈠ペ

ゐ

へ㈩ムヅ㈣㈱ヰ　ニラバヅヨペヌゐ

ドネニワ㊥㊐わ㊤㊐㊋㈳㋐㋜㈳㋷6月㊐㊤㋜　Shiseido

c. Makna Tuturan

Perkenalkan

Kulit yang kencang memberikan kesan yang mendalam saat pertemuan pertama

Istimewakah petemuan pertama Anda?

Kekencangan wajah yang cerah, Elixir Superieru dari Shiseido

d. Ilustrasi

Dari tuturan diatas, mengandung pengertian tentang produk kecantikan untuk membersihkan wajah. Nama produk *Elixir Superieru*. *Elixir Superieru* adalah produk kecantikan untuk membersihkan wajah yang mengandung kolagen dan elastin sehingga mengembalikan kekencangan kulit yang sudah mengendur, mempermulus kulit dan membuat kulit bercahaya. Jika mitra tutur menggunakannya membuat kulit kencang dan cerah. Setelah mitra tutur menggunakannya memberikan kesan yang mendalam pada pandangan pertama.

e. Analisis

Tuturan diatas adalah tuturan direktif menantang bermodus interogatif. Tuturan tersebut menyarankan mitra tutur untuk menggunkan produk yang ditawarkan yaitu *Elixir Superieur* memberikan kesan yang mendalam pada pertemuan pertama. Penanda yang mempertegas bahwa tuturan itu merupakan tuturan direktif bermodus interogatif adalah adanya tuturan yang berfungsi menanyakan yaitu アへ�十ムヅ㈣㈱レ ュ㈪ヅヅ㈱へ�十㈨ ッムド㈠ぺゐ

ニラバヅヨペヌィ'pertemuan pertama memberikan kesan yang mendalam, istimewakah?', karena tuturan tersebut adalah suatu pertanyaan yang butuh jawaban dari mitra tutur. Dengan adanya tindak tutur menantang, maka diharapkan mitra tutur menggunakan produk ini dan menjawab tantangan tersebut.

a. Teks Iklan

- 局ヰヅュメヤョ ヌ,寓㈱㈮㈭
- ヴヰバ ,茂穉& ドネニ ,纍鶫ワ㊥㊡
- ㊤㋕㋖㊧㋒&㊤㋕㊨㊧㋒ネ ラリ ,弛バ

b. Tuturan Iklan

2. ㊥㊡ワッ㈭ヰメヰ！ 局抵ムモレ！ べへ㈱㈨！ ッムド㈠ぺゐ

ブョ！ マワべへ㈱！ リデニュヌヅレル㈬㈠ペヌゐ

ドネニ
,纍鶇ワ㊥㋟わ㊤㋟火㊨㋠㊨㋟㊨㋟6月㋟㊤㊨　Shiseido

c. Makna Iklan

Kulit yang kencang memberikan rasa percaya diri pada para wanita

Lalu bagaimana menggunakan rasa percaya diri Anda?

Kekencangan wajah yang cerah, Elixir Superieru dari Shiseido

d. Ilustrasi

Dari tuturan diatas, mengandung pengertian tentang produk kecantikan untuk membersihkan wajah. Nama produk *Elixir Superieru*. *Elixir Superieru* adalah produk kecantikan untuk membersihkan wajah yang mengandung kolagen dan elastin sehingga mengembalikan kekencangan kulit yang sudah mengendur, mempermulus kulit dan membuat kulit bercahaya. Jika mitra tutur menggunakannya membuat kulit menjadi kencang, mulus dan bercahaya. Produk ini membuat mitra tutur menjadi lebih percaya diri saat beraktivitas.

e. Analisis

Tuturan diatas adalah tuturan direktif menantang bermodus interogatif. Tuturan tersebut memiliki fungsi menantang mitra tuturnya untuk menggunakan *Elixir Superieru* supaya menimbulkan rasa percaya diri saat beraktivitas. Penanda yang mempertegas bahwa kalimat tersebut termasuk tuturan direktif menantang bermodus interogatif adalah adanya tuturan yang berfungsi menanyakan yaitu アマワベへ㈱！ リデニュヌヅレル㈬㈠ペヌィ ‘*Bagaimana menggunakan rasa percaya diri Anda*?’. karena tuturan tersebut

adalah suatu pertanyaan yang membutuhkan jawaban dari mitra tutur. Dengan adanya tindak tutur direktif menantang, maka diharapkan mitra tutur menggunakan produk ini dan membuktikan tantangan yang ditawarkan dari produk ini.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dipaparkan pada bab 4 maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Fungsi tuturan direktif yang terdapat iklan kosmetik di stasiun televisi TBS berbahasa Jepang tahun 2008 adalah fungsi menyuruh, memohon, menuntut, menyarankan, dan menantang. Berdasarkan data yang diperoleh dari 17 data tuturan direktif iklan kosmetik televisi TBS berbahasa Jepang 2008 yang terbagi menjadi : 4 data iklan yang mengandung fungsi tuturan direktif menyuruh, 1 data iklan yang mengandung fungsi tuturan direktif meminta, 1 data iklan yang mengandung fungsi tuturan direktif menuntut, 8 data iklan yang mengandung fungsi tuturan direktif menyarankan dan 3 data iklan yang mengandung fungsi tuturan direktif menantang. Dari ke-17 data yang ditemukan tersebut, fungsi tuturan direktif menyarankan lebih dominan dari pada fungsi direktif yang lain. Hal tersebut dikarenakan secara tersirat mitra tutur merasa senang diberikan solusi dan supaya tertarik melakukan apa yang disarankan penutur yaitu supaya mau membeli produk iklan yang ditawarkan.
2. Modus tuturan direktif yang terdapat dalam iklan kosmetik di televisi TBS berbahasa Jepang 2008 adalah modus deklaratif, modus interogatif dan modus imperatif. Modus deklaratif lebih dominan di dalam penyampaian

PERPUSTAKAAN UNNES

iklan karena modus deklaratif digunakan untuk memperhalus bahasa iklan dalam menyampaikan iklan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang terdapat pada analisis tindak tutur direktif dalam iklan televisi TBS berbahasa Jepang 2008. Saran yang dapat direkomondasikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini, dapat dimanfaatkan mahasiswa sebagai bahan pembelajaran tentang tindak tutur direktif untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang tindak tutur di dalam iklan berbahasa Jepang dengan cara pandang berbeda, misalnya kajian tentang jenis tindak tutur lainnya seperti tindak tutur ekspresif, komisif dan lainnya.
2. Jurusan diharapkan dapat menyediakan buku berbahasa Jepang yang membahas tindak tutur yang digunakan sebagai sarana belajar dan penunjang dalam penulisan skripsi.

PERPUSTAKAAN
UNNES